

# QUALITEL

MONITORAGGIO  
DEL GRADIMENTO E  
DELLA QUALITÀ  
PERCEPITA  
DELL'OFFERTA  
DIGITAL RAI

Anno 2017



- ✓ Premessa metodologica e obiettivi
- ✓ Lo scenario mediale
- ✓ Sintesi dei risultati dell'offerta digital: il gradimento
  - ✓ RaiPlay
  - ✓ Radio Rai
  - ✓ Rai.it
  - ✓ Rai Sport
  - ✓ Rai News
- ✓ Sintesi dei risultati dell'offerta digital: la qualità percepita
- ✓ Metodologia: il panel di rilevazione

# Premessa metodologica e obiettivi

- GfK ha realizzato per conto di Rai la misurazione continuativa della qualità percepita e del gradimento dell'offerta digital relativa all'anno 2017, così come indicato dal vigente Contratto di Servizio 2010-2012 ancora vigente al 31/12/2017.
- L'indagine, basata su una rilevazione continuativa a partire da giugno, è stata condotta sull'offerta del periodo gennaio - dicembre 2017.



## Rilevazione dell'offerta DIGITAL RAI 2017

L'approccio utilizzato si basa su 3 *main pillars* al fine di garantire elevati livelli di affidabilità e qualità della rilevazione del dato.

1

### Campione

12.000 individui: panelisti che già aderiscono all'indagine Sinottica TSSP.  
Panel **rappresentativo dell'intera popolazione residente in Italia 14+** per sesso, età, area geografica, ampiezza centro, titolo di studio e professione.

5.000 panelisti reclutati ad hoc per l'indagine Qualitel

2

### Metodologia (I)

**Rilevazione con software pc tracker su pc fisso e con app tracker su device mobili**

La tecnologia utilizzata consente di tracciare e identificare le url, dunque i siti, oggetto della navigazione online dei panelisti.

In questo modo è possibile intervistare i panelisti - via Dialogatore - relativamente ai siti che hanno effettivamente visitato.

3

### Metodologia (II)

**Panel Dialogatore GfK (dispositivo simile a un tablet) con modalità di risposta autocompilata:** questa tecnica consente di raccogliere valutazioni più sincere, annullando «l'effetto cortesia» che spesso intercorre tra intervistato e intervistatore nelle interviste personali.

## Metodologia



Interviste su Panel Dialogatore GfK, questionario autocompilato

## Target



Web User dai 14 anni in su

## Campione



Base campionaria di 17.000 individui 14+ di cui:

- 12.000 panelisti che già aderiscono all'indagine Sinottica TSSP e che rappresentano un campione proporzionale della popolazione residente in Italia
- 5.000 panelisti reclutati ad hoc per l'indagine Qualitel

I panelisti utenti web, come nella popolazione italiana 14+, rappresentano i 2/3 del campione

## Periodo di rilevazione



Giugno – Dicembre sull'offerta dell'intero anno 2017

## Totale interviste



3.125 interviste su 2.410 individui utenti dei siti/app Rai negli ultimi 30 giorni

# Lo scenario mediale

# Lo Scenario Mediale



- Le indicazioni di apprezzamento del Digital Rai sono buone e suscettibili di crescita considerando il valore dei contenuti prodotti e offerti dai canali televisivi e radiofonici Rai sia da un punto di vista delle audience che di gradimento e qualità percepita dei singoli programmi:
  - Per quanto riguarda i contenuti di origine televisiva, il Digital Rai dovrà tener conto del rinnovato interesse verso il mezzo da parte degli individui utenti di internet;
  - Per quanto riguarda i contenuti di derivazione radiofonica, il Digital Rai dovrà essere in grado di anticipare e intercettare bisogni specifici, sino a segnalare le nicchie di nuovi desideri
- Si può prevedere che RaiPlay e la nuova RaiPlay Radio assumeranno un ruolo sempre più importante, in relazione alla disseminazione dei segmenti di pubblico e che questo potrà avvenire tanto più se RaiPlay, RaiPlay Radio e tutte le ulteriori innovazioni che verranno per l'offerta di News e Sport verranno adeguatamente raccontate a tutti, anche a chi nativo digitale non è.



# Sintesi dei risultati

# Principali evidenze



- L'**indice di gradimento dell'offerta Digital Rai** relativa al totale **anno 2017**, misurato su scala 1-10, è pari a **6,5**. Il punteggio esprime quindi un giudizio positivo nei confronti dell'offerta nel suo complesso, con tutti i singoli siti/app che mostrano **punteggi generalmente positivi**.
- **RaiPlay** è il sito che fa registrare la **miglior performance**. Tale evidenza è riscontrabile non solo dall'analisi dell'indice di gradimento overall, ma anche dall'indice di Qualità percepita determinato a partire dalle valutazioni espresse in scala 1-10 sugli elementi strutturali dei siti/app. In entrambi i casi, RaiPlay mostra infatti il **punteggio più alto, pari a 6,9**. Particolarmente apprezzati la facilità d'uso, la navigazione veloce, l'accessibilità alle dirette, alla guida dei programmi e ai programmi trasmessi negli ultimi 7 giorni che garantiscono anche una qualità/completezza dei contenuti proposti, così come la qualità delle immagini/audio e la grafica comprensibile.
- **RadioRai**, la cui offerta è stata sostituita a partire dalla seconda metà del mese di dicembre da quella di RaiPlay Radio, mostra punteggi positivi sia per il gradimento overall (**6,6**) che per la Qualità percepita (**6,9**). Punti di forza sono rappresentati, anche in questo caso, dall'accessibilità alle dirette, dalla qualità/completezza e dall'aggiornamento dei contenuti proposti, dalla grafica comprensibile e dalla qualità delle immagini/audio.
- Gli altri siti Rai mostrano punteggi leggermente più bassi, ma comunque sufficienti, sia per quanto riguarda il gradimento overall che per gli elementi strutturali dell'offerta che determinano la Qualità percepita. Nello specifico, il gradimento overall restituisce, in ordine, **Rai.it (6,1)**; **Rai Sport e Rai News (6,0)**.

# Indici di gradimento



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Totale offerta  
Digital RAI

6,5

Rai Play

6,9

Rai Radio

6,6

Rai .it

6,1

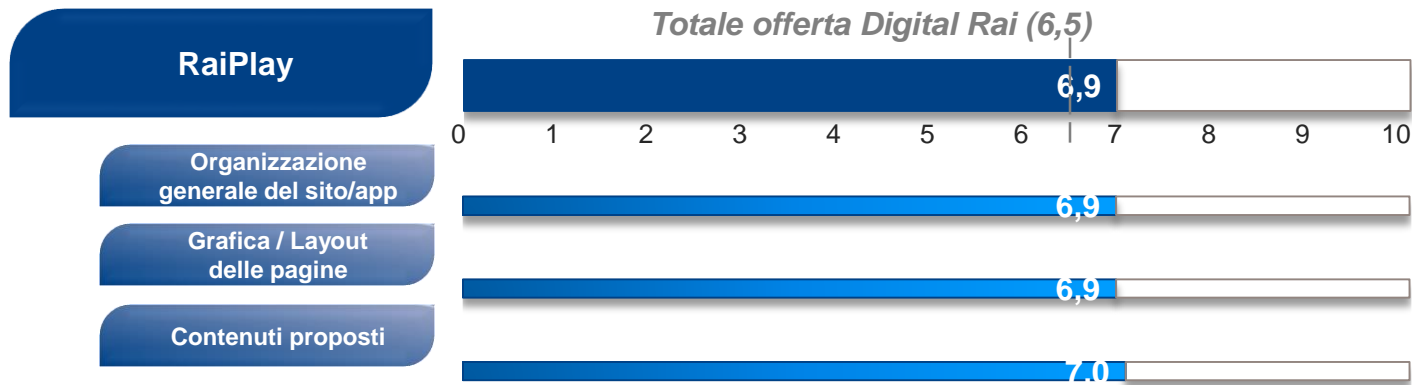
Rai Sport

6,0

Rai News

6,0

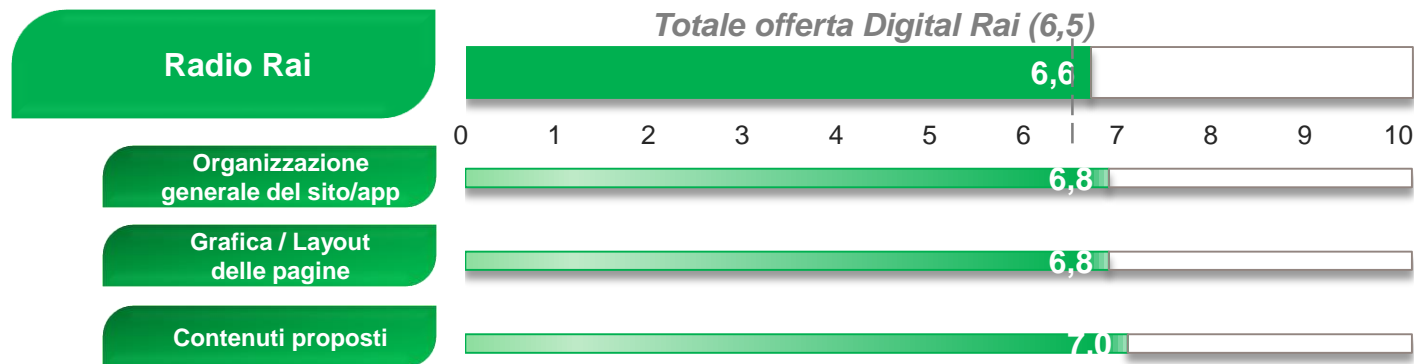
Totale Offerta Digital RAI



## INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento di **RaiPlay** risulta molto positivo e superiore alla media dell'offerta digital Rai nel suo complesso (+0,4 p.p.).

*Nota: l'indice di gradimento overall è determinato in modo indipendente rispetto alla valutazione degli elementi caratteristici di organizzazione, grafica e contenuti del sito/app*



## INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento di **Radio Rai** risulta leggermente superiore alla media dell'offerta digital complessiva di Rai (+0,1 p.p.).

*Nota1: la valutazione non tiene conto del nuovo sito/app RaiPlay Radio, lanciato il 19 dicembre 2017*

*Nota2: l'indice di gradimento overall è determinato in modo indipendente rispetto alla valutazione degli elementi caratteristici di organizzazione, grafica e contenuti del sito/app*

## Totale offerta Digital Rai (6,5)



## INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento del sito **Rai.it**, che viene prevalentemente utilizzato come “ponte” di accesso verso gli altri siti del gruppo che offrono contenuti multimediali e ne differisce solo per l’area dedicata alla Corporate, risulta inferiore rispetto alla media dell’offerta Rai (-0,4 p.p.).

*Nota: l'indice di gradimento overall è determinato in modo indipendente rispetto alla valutazione degli elementi caratteristici di organizzazione, grafica e contenuti del sito/app*



## INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento del sito **Rai Sport** risulta inferiore rispetto alla media dell'offerta digital complessiva di Rai (-0,5 p.p.), tuttavia i singoli elementi strutturali evidenziano punteggi superiori alla media del sito nel suo complesso.

*Nota: l'indice di gradimento overall è determinato in modo indipendente rispetto alla valutazione degli elementi caratteristici di organizzazione, grafica e contenuti del sito*



## INDICE DI GRADIMENTO

Il gradimento di Rai News risulta inferiore alla media dell'offerta digital Rai in generale (-0,5 p.p.) con alcuni margini di miglioramento.

*Nota: l'indice di gradimento overall è determinato in modo indipendente rispetto alla valutazione degli elementi caratteristici di organizzazione, grafica e contenuti del sito/app*



# Indice di Qualità Percepita

# Indice di Qualità Percepita



L'indice della qualità percepita (IQP) sintetizza il gradimento espresso dal pubblico sui singoli elementi strutturali dei programmi.

Tale indice restituisce un livello di qualità mediamente positivo e superiore al gradimento overall (+0,1 p.p.).

Tra i siti/app analizzati, **RaiPlay** e **Radio Rai** mostrano i punteggi più alti (+0,3 p.p.).

Tutte le altre *properties* mostrano invece dei punteggi al di sotto della media e molto vicini tra loro.

**Rai.it** e **Rai News** hanno un indice IQP pari a 6,3; subito a seguire **Rai Sport** (6,2).

# Indici di Qualità Percepita



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Totale offerta  
Digital RAI

6,6

Rai Play

6,9

Rai Radio

6,9

Rai .it

6,3

Rai Sport

6,2

Rai News

6,3

Indice di Qualità Percepita

# Metodologia: il panel di rilevazione

# Metodologia: il reclutamento dei panelisti



Gli individui potenziali membri del Panel sono reclutati in diversi modi, ovvero tramite:

1. Intervistatori della rete di field GfK per le indagini personali
2. Ricerca CATI, attraverso il servizio interno di interviste telefoniche di GfK tra i più grandi fra quelli degli Istituti di ricerca
3. Autocandidature provenienti normalmente dalla rete personale di chi è già membro del Panel

Ogni membro del Panel è dotato di un “**Dialogatore**”, ossia un tablet (customizzato GfK) semplice da utilizzare da parte di tutti i segmenti della popolazione, su cui vengono inviati i questionari di gradimento dell’offerta Rai e della Corporate Reputation.

Oltre al Dialogatore, ogni membro ‘**onliner**’ del Panel ha in dotazione dei dispositivi per il tracciamento della navigazione online effettuata attraverso i diversi dispositivi (fissi o mobili).

**In questo modo è possibile intervistare gli esposti oggettivi al sito/app in esame senza dover chiedere al panelista l’effettiva esposizione.**

# Metodologia: Le dotazioni tecnologiche in uso al panel - il dialogatore



- Il Dialogatore, fornito in dotazione a tutti i panelisti, è di dimensioni contenute, leggero, può essere gestito con una sola mano, è **touch screen** e con **schermo sufficientemente grande, da 7 pollici**.
- Alle domande si risponde toccando a video le risposte precodificate
- Ha una serie di alert sul display che chiamano alla collaborazione i panelisti quando è in linea un questionario, indicando anche il nome della persona che deve rispondere: consente quindi il “dialogo”, cioè l’indagine, in “tempo reale”.
- **Riceve e trasmette costantemente via GPRS**: non richiede quindi la presenza della linea di telefonia fissa né il collegamento ad internet, è collegato direttamente e esclusivamente con i server di GfK Eurisko.
- Tutte queste caratteristiche ne fanno lo strumento ideale per generare campioni ben bilanciati e non affetti da digital divide.

# Metodologia: Le dotazioni tecnologiche in uso al panel - gli strumenti utilizzati per rilevare la navigazione web



- **LEOtrace**: il web software tracker rileva passivamente i dati di navigazione Internet su PC
- **L'app** per la rilevazione web su dispositivi mobili è installata sugli smartphone e tablet Android (se presenti presso l'individuo in modo naturale) dei panelisti
- Il software registra esattamente le URL di tutte le pagine visitate dal panelista con i propri device
- Vengono pertanto raccolte le informazioni su qualunque sito visitato, nonché su ogni sezione, sotto-sezione o porzione di sito, fino al livello della pagina
- Oltre alla navigazione da browser viene monitorata la navigazione da app, registrando ogni qualvolta un'app genera una connessione dati
- i dati sono inviati a GfK Eurisko in modalità wireless e in tempo reale